

ABSTRAK

Perusahaan Persebaya Store dalam menghadapi persaingan selalu berusaha menjaga kualitas dan harga produk jersey-nya agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian, menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan menguji pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian jersey di Persebaya Store.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian *casual research*. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan membeli di Persebaya Store. Sampel dalam Penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS.

Hasil penelitian ini pada uji t menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk jersey di Persebaya Store. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk jersey di Persebaya Store dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk jersey di Persebaya Store.

Kata Kunci : Inovasi produk, harga, *word of mouth* dan keputusan pembelian



ABSTRACT

As Persebaya store company has faced a competition, it's company needs to maintain the jersey quality and product price in order to increase the customers buying decision. This research aimed to examine the effect of buying decision and the effect of word of mouth on the buying decision of jersey product at Persebaya store.

The research was quantitative with causal as the approach. While, the population was customers who decided to purchase at Persebaya store. Furthermore, the data collection technique used accidental sampling with 100 respondents as sample. In addition, the data analysis technique used multiplelinear regression with SPSS.

The research result, from t test, concluded product innovation had positive and significant effect on the buying decision of jersey product at Persebaya store. Likewise, priceas well as word of mouth had positive and significant effect in the buyin decision of jersey product at Persebaya store.

Keywords: *Product innovation, Price, Word Of Mouth, Buying Decisi*



